

Acelera  
*pyme*



# Estudio de Buenas Prácticas.



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
"Una manera de hacer Europa"

# Estudio de Buenas Prácticas.

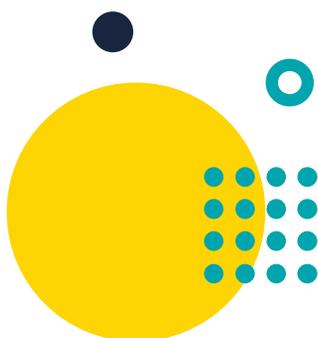
---

**El estudio de buenas prácticas tiene como objetivo presentar un caso de éxito de una empresa que ha iniciado su camino hacia un negocio digital con el propósito de darse a conocer y potenciar sus ventas.**

Grupo Drongal es una empresa especializada en producción audiovisual, drones y formación. Realizan vídeos corporativos, vídeos promocionales de turismo, vídeos de eventos, bodas, cursos de drones, de grabación, fotografía y edición de vídeo, entre otros.

**Para el desarrollo de este estudio, se ha tomado como punto de partida la identificación de las inquietudes de pymes de diversos sectores, que manifestaron su interés por conocer buenas prácticas en los ámbitos de la gestión de procesos.**

A lo largo del estudio te contamos cómo, con distintas pruebas con herramientas de gestión de procesos y bases de datos, han conseguido mejorar notablemente sus procesos internos, así como la relación con sus clientes, anteponiéndose a sus necesidades.



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

# Información de la Compañía.

## **DIRECCIÓN WEB >**

www.drongal.es

## **AÑO DE FUNDACIÓN >**

2016

## **LOCALIZACIÓN >**

C/ Canido 36  
36350 Nigrán – Pontevedra

## **NÚMERO DE EMPLEADOS >**

2

## **TIPO DE SOCIEDAD >**

Sociedad de Responsabilidad  
Limitada Unipersonal

## **ACTIVIDADES PRINCIPALES >**

Operadora de drones y producción  
audiovisual y fotografía

## **SECTOR >**

Multisector

## Problema o necesidad

Se detectaba la necesidad de llevar un correcto control de los clientes para la parte comercial del negocio, tanto online como offline, teniendo un detalle sobre lo que se habla y acuerda con ellos. No solo con los clientes actuales, si no los potenciales clientes. Necesitaban poder llevar un seguimiento riguroso de todas las conversaciones y gestiones con sus clientes, así como de presupuestos. Para esto, no bastaba con tenerlo apuntado en una libreta, ya que se perdía u omitía información importante.

Querían poder contar con una base de datos que englobase todas las conversaciones, presupuestos y facturas. Se han visto en distintas situaciones en que un cliente necesitaba algún servicio suyo, pero puede que en un futuro. Querían poder explotar los datos de cara a campañas, promociones y seguimiento, por lo que establecieron la necesidad de contar con un CRM. Por ello, gracias a la implementación del mismo, han conseguido tener ese control que necesitaban y la posibilidad de llevar a cabo un seguimiento.

## Proceso de implementación y solución

Comenzaron su proceso acudiendo a distintas conferencias y talleres que les explicaban las opciones que había en el mercado. Posteriormente, empezaron a experimentar con distintos CRM gratuitos basados en la nube para ver cuáles cubrían sus necesidades.

Vieron que todos los CRM son muy completos y con muchas posibilidades. Ya no solo para cerrar un contacto, si no asimismo para el seguimiento de las redes sociales y para campañas de email.

Estuvieron buscando un CRM que cubriese sus necesidades y objetivos, decantándose al final por Zoho CRM. No obstante, siguen explorando y probando diferentes herramientas. Les ha resultado muy sencillo utilizar un CRM, ya que es una base de datos en la que han introducido datos como el nombre, apellidos, email y conversaciones con cada cliente. A través del sistema de alertas, reciben recordatorios de retomar conversaciones después de un determinado tiempo o según lo que se haya configurado.

Por otro lado, están experimentando con Sendinblue, donde únicamente tienen que introducir nombre, apellido y correo de sus clientes. Tras ello, configuran y asignan tareas. En principio, con eso les sirve para llevar a cabo diferentes gestiones que cubren sus necesidades. Afirman que para usuarios con conocimientos limitados de CRM es una herramienta más sencilla e intuitiva en la que ver toda la información de un vistazo.



El proceso de implementación les ha resultado rápido y sencillo. Cabe destacar que lo que perciben como más laborioso es la introducción de los datos. Por el contrario, los CRM en la nube les permiten acceder de manera remota y desde cualquier dispositivo, simplificando y agilizando el proceso. Consideran que no es un proceso largo, si no más bien de corta duración. En su caso, únicamente han tenido que introducir los datos de los clientes a los que les quieran hacer seguimiento. Además, han podido conocer rápido el manejo de estas herramientas al tener abundante información y tutoriales disponibles.



*“Hay CRM que son simples e intuitivos, y puedes aprender a usarlo en una semana. Cuanto más realista se sea a la hora de poner los datos, más fácil es después analizarlos.”*

## Tecnologías o herramientas empleadas

Han probado diferentes CRM, pero en estos momentos se han decantado por utilizar estos dos:

- Zoho CRM
- Sendinblue





## Retos u obstáculos

Al ser una empresa pequeña, no tienen la capacidad de explotar todas las posibilidades de un CRM. Cuentan con un proceso de aprendizaje constante que evoluciona a la par que su negocio. El Grupo Drongal necesitaba un CRM que cubriese su necesidad de contener la base de datos de sus clientes y las conversaciones con los mismos. La empresa necesitaba que la herramienta les asignase tareas y enviase recordatorios de retomar contactos con sus clientes. Por el contrario, actualmente no necesitan ni la parte de email marketing ni la parte de campañas de redes sociales.

Al principio, si no se tiene conocimiento sobre los CRM, puede llegar a resultar confuso el uso de los mismos. Del mismo modo, los más avanzados y completos pueden resultar poco intuitivos debido a sus infinitas posibilidades. No obstante, cada vez hay más CRM que son sencillos e intuitivos. Pero algunos tienen el peligro de quedarse cortos para las necesidades de empresas más grandes.

Por otro lado, lo que les ha resultado más tedioso ha sido meter la información de manera correcta y completa, para obtener datos de calidad.

## Resultados

Gracias a la implementación y uso de distintos CRM, han mejorado y optimizado su proceso de atención al cliente. Han podido cerrar acuerdos con sus clientes de manera más rápida y efectiva, asegurándose de contar siempre con toda la información necesaria. La forma de estar en contacto con sus clientes es, principalmente, por vía telefónica. Es por eso, que consiguen ofrecerles un trato más cercano. Estos se sienten escuchados ya que el proveedor con el que hablan tiene toda la información.

Desde Grupo Drongal, pueden estar al corriente de lo que le ocurre a sus clientes. De esta manera, se les facilita el proceso de intentar resolver las necesidades de sus (potenciales) clientes. Consiguen generar en sus clientes confianza en su negocio, fundamental a la hora de cerrar acuerdos.

**Utilizan el CRM como guion y glosario de la información que han intercambiado con sus clientes. Les permite incluso llevar a cabo estadísticas que les den información para tratar a potenciales clientes. De este modo, pueden enfocar su nicho de mercado y dirigir sus acciones comerciales óptimamente.**



***“Es una prueba y error, es una mejoría para ti, para tu empresa y para tus clientes.”***



red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

*“Una manera de hacer Europa”*

## Lecciones aprendidas

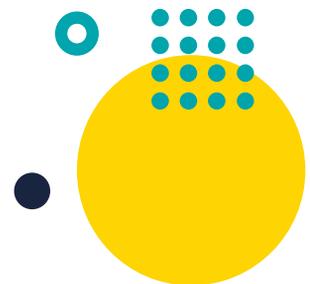
Desde Grupo Drongal consideran que hay muchas posibilidades de recibir formación gratuita para digitalizarse. Asimismo, señalan la importancia de iniciarse y evolucionar en el proceso de la transformación digital. En su experiencia, no todas las opciones cubren las necesidades de todo el mundo. Ha sido un proceso de prueba y error hasta que han encontrado con las opciones que mejor se han ajustado a sus necesidades en estos momentos. Gracias a su decisión, han apreciado una mejoría en su gestión diaria, para la empresa y para sus clientes.

## Planes de futuro

Están modificando su página web, explotando los datos que tienen en su CRM. Por ejemplo, gracias al uso de la herramienta, han podido detectar quejas o necesidades asiduas en sus clientes, por lo que intentan poder ofrecer ese servicio demandado. También les ha permitido conocer mejor las necesidades y el estado del mercado.

Van a sacar una nueva página web con nuevos nichos de mercado y nuevos servicios, orientados a las necesidades que detectaron entre sus clientes. Esto lo plasmarán en la página web y lo reforzarán con campañas para sus clientes.

**El estudio de buenas prácticas ha mostrado cómo, probando diferentes herramientas, han dado con las indicadas para sus necesidades.** Gracias a ello, han optimizado muchos de sus procesos internos, y han mejorado considerablemente la relación con sus clientes.



# Acelera *pyme*



red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"